

ABSTRAK

Salon X-Pose merupakan sebuah bisnis jasa kecantikan dan perawatan (salon) utara Yogyakarta. Salon X-pose menonjolkan jasa pemotongan dengan model terabru dan hair colouring dari cutter terbaik yang memiliki ciri khas tersendiri. Namun, untuk memenangkan persaingan pasar, ciri khas saja tidaklah cukup, perlu adanya strategi yang tepat untuk menjadi lebih unggul dibanding pesaing. Salah satunya adalah dengan merumuskan strategi pemasaran yang tepat agar terus dapat menarik konsumen sebanyak mungkin. Dalam menentukan strategi pemasaran, diperlukan suatu analisis yang tidak hanya mempertimbangkan kebutuhan pelanggan, akan tetapi juga responsif terhadap perubahan lingkungan.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk membuat strategi baru yang keluar dari zona berdarah-darah (Red Ocean). Penelitian ini menggunakan alat analisis berupa analisis Strength, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT) yang dikombinasikan dengan Blue Ocean Strategy. Blue Ocean Strategy (BOS) atau samudra biru ditandai oleh ruang pasar yang belum terjelajahi, penciptaan permintaan, dan peluang pertumbuhan yang menguntungkan.

Dari hasil penelitian, berdasarkan kerangka kerja empat langkah maka tidak ada variabel yang harus dihapuskan. Variabel yang harus ditingkatkan yaitu fasilitas yang tersedia, ketersediaan kapasitas pengunjung, porsi makanan dan minuman, dan lokasi outlet. Variabel yang harus dikurangi yaitu menu jasa yang ditawarkan, serta variabel yang diciptakan yaitu diskon untuk member yang berulang tahun, paket menu kecantikan dan promosi lewat sosial media. Sebuah strategi yang baik harus memiliki tiga elemen dasar, yaitu fokus, divergensi, dan motto yang memikat. Untuk Salon X-Pose berada pada kuadran 1 dan Salon Natasha berada pada kuadran 3 yang artinya Salon X-Pose di posisi yang menguntungkan dan menggunakan sistem bertahan dan menciptakan inovasi yang terbaru. Dan strategi blue ocean guna meningkatkan penjualan jasa. Dan pemilik bisnis harus menciptakan promosi untuk member yang berulang tahun, paket penggabungan jasa kecantikan dan pelanggan akan mendapatkan kepuasan dengan harga yang jauh lebih murah. Untuk meningkatkan brand image pada Salon X-pose yang bertujuan mengejar target yang harus dicapai, dan targetnya mahasiswa dibutuhkan media social yaitu instargram dan facebook. Fokus Salon X-Pose adalah pada remaja dan mahasiswa. Adapun gerakan menjauh yang dilakukan atau yang mengalami divergensi adalah diadakannya paket menu jasa kecantikan agar konsumen betah lebih lama berada di outlet, pembuatan paket menu jasa kecantikan, serta adanya promosi yang dilakukan lewat sosial media dan motto yang diciptakan yaitu "Kekeluargaan terhadap pelanggan".

Kata Kunci : *Blue Ocean Strategy, Red Ocean, Strength, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT), divergensi, dan Salon X-Pose.*